第11回

マーケティングとインタビュー この2つができる人を育てよう！

日野雄策さん（株式会社　ガイア総合研究所）

森を軸とした持続可能な地域をつくっていくためには、山村で経済的に成り立たせてゆく能力が必要不可欠だ。そこでお茶の水GAIAや木頭村をはじめ数々のエコロジーショップを成功させてきた日野さんに話しをうかがった。

日野雄策
1957年、島根県生まれ。株式会社きとうむら、株式会社ガイア総合研究所・代表取締役。1989年お茶の水にエコロジーショップ「GAIA」をオープン。エコロジー事業のコーディネーターとして全国を行脚。

お茶の水「GAIA」の誕生

人間の生活そのものと深く結びついている「消費」を改善してゆくための新しい提案として1989年に設立

モノが売れるかどうか？
安さだけが購買動機か？

ちがう

価値観に合うものなら高くても買う

ここをマーケティングすべし

特にエコロジー食品や里山関連商品は

商品の背景　ストーリー

・どうやってつくられたか？
・どんな手間をかけているか？
・どんな人がつくっているか？
を伝えることで売れてゆく

伝えることが大切（売ろうとせずに）

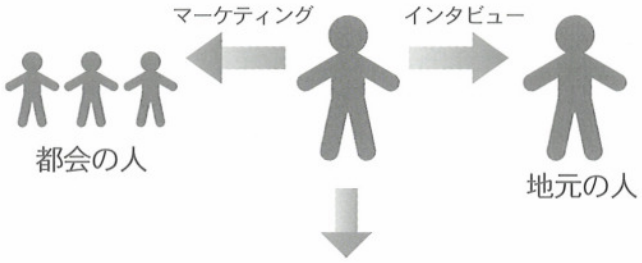
Green
Alternative
Information
Antenna

ただモノを売るだけではなく、モノと一緒にそのバックボーンとなるストーリーや付加価値といった情報を伝えていく場

商品開発に必要なもの

地域の **姿** や魅力を見抜く力

そのためにも「インタビュー」が必須



両方の立場を理解する人が適役

地域の読み解きが甘いから、
どこの地域商品も似たような
ものになっている。

例　木頭村のゆず汁は手絞りを
つくる習慣

機械絞りはたくさんあるが、
手絞りは木頭村だけ！！

高く売ることができる

山村から若者がいなくなっている

どの村でも「うちの子はこんな村に住まわせたくない。私の代までにしたい」と言う。

しかし、
知的財産こそ地域には必要

- 経理がわかる人
- 事業を立ち上げて若者を雇っていける人
- 商品開発ができる人　…など

いろんな人を育てるための
経験の場所をもっとつくろう！

若者が食べていけるため
にも商品開発をして事業
を成立させよう！

求められる人材

都会と地域の両方を理解しながらその地域ならではの商品開発ができる人
≒社会起業家

インタビューができ、地域の特性を引き出せる人

マーケティングができる人

「売る」のではなく「伝える」ことができる人